



## KAPITOLA 8: FARMÁRSKE TRHY V BRATISLAVE: ILÚZIE VS. REALITA

PETRA HENCELOVÁ, FRANTIŠEK KRIŽAN A KRISTÍNA BILKOVÁ

## Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme...

Rýchlo rastúci súbor literatúry dokumentuje rozmáhajúci trend vzniku foriem alternatívnych potravinových sietí, výhody mestského poľnohospodárstva ako aj alternatívne zdroje potravín, ktorých produkcia preniká z individuálnej úrovne na komunitnú až spoločenskú úroveň (Spilková et al. 2013). V ostatných dekádach si štúdium alternatívnych potravinových sietí vo všeobecnosti získalo značný záujem ako zo strany spotrebiteľov, tak i zo strany vedcov mnohých vedných disciplín. Vďaka komplexnej povahe a charakteru alternatívnych potravinových sietí (APS) možno k ich štúdiu pristupovať z geografického, sociologického, antropologického, etnografického (Alkon 2008) a ekonomického aspektu. Spôsob života obyvateľov je čoraz viac ovplyvňovaný a určený spotrebiteľským trhom a možno diskutovať o konzumnom životnom štýle (Chorvát 2015). Podľa Tregear (2001) je štúdium fenoménu APS teoreticko-metodologickým problémom, keďže neexistuje jasná definícia APS. Na jednej strane, niektorí autori riešia definovanie jednotlivých foriem APS, iní na druhej sa zaoberajú problematikou vymedzenia konceptu APS (Isenhour 2011; Jarosz 2008).

Prejavy globalizácie sú zreteľné vo všetkých sférach spoločnosti, na čo nadväzuje aj súčasný výskum konzumnej spoločnosti (Križan a Bilková 2019). Nie všetci spotrebiteľia akceptujú trendy mainstreamovej spotreby bez hľadania alternatív. Za takéto alternatívy možno považovať napr. alternatívne potravinové siete (Goodman et al. 2012). Rozsah výskumnej pôsobnosti alternatívnych potravinových sietí sa rozvíja v niekoľkých tematických oblastiach (Spilková et al. 2017). Jednou z nich sú farmárske trhy, ktorých atraktivita a zároveň problematika spotreby v mestách zaznamenala zvýšený záujem v geografických štúdiách.

Špecializácia a centralizácia vo výrobe potravín sa uskutočňuje v celosvetovom meradle. Geografické vzdialenosti medzi výrobcami potravín a spotrebiteľmi sa neustále zvyšujú. Globalizáciu agropotravinárskeho systému možno chápať ako prepravu potravín stoviek až tisícok kilometrov ešte predtým, ako sa potraviny dostanú k samotnému spotrebiteľovi (Nicolson-Lord 1997, Norberg-Hodge 1995). Alternatívou voči konvenčnej spotrebe sa stávajú farmárske trhy, ktoré odzrkadľujú novodobý trend alternatívnej spotreby na Slovensku. Zúkin a Maguire (2004) tvrdia, že niektorí spotrebiteľia hľadajú „intímnejší“ nákupný zážitok a prestavbu stratených sociálnych vzťahov pri nakupovaní na farmárskych trhoch alebo v malých špecializovaných obchodoch. Farmárske trhy sú novým fenoménom aj na území Slovenska. Otváranie farmárskych trhov sa stretáva s veľkým nadšením spotrebiteľov (Spilková et al. 2013).

Cieľom tejto kapitoly je zhodnotiť tému farmárske trhy v zmysle zodpovedania uvedených výskumných otázok: Kto je typický spotrebiteľ farmárskych trhov na území mesta Bratislava? Cieľom je charakterizovať typického spotrebiteľa farmárskych